

Title	個人金融市場におけるオンライン・バンキング戦略の有効性に関する実証研究
Sub Title	
Author	加茂義治(Kamo, Yoshiharu) 嶋口充輝
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1997
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1997年度経営学 第1333号 可能
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001997-1333">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001997-1333</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

## 個人金融市場におけるオンライン・バンキング戦略の有効性に関する実証研究

1998年に到来する日本版金融ビックバンの影響により、銀行は国の内外を問わず様々な新規参入者との間で個人金融資産の囲い込み競争を余儀なくされようとしている。

本論文では、銀行の個人金融市場戦略の一環として最近注目を集めるオンライン・バンキング戦略について、①電話を利用した金融取引を題材とし、②ミドル・シニア層の利用顧客に焦点を絞り、③顧客個々人がどのような金融取引を望んでいるのかという需要ニーズに沿った実証分析を行ない、④そのデータにもとづく戦略的提言を行なう。

分析の結果、テレホン・バンキングに求められる金融商品・サービスは、顧客行動特性、金融取引行動の意思決定要因（資産・判断力・取引コスト要因）、社会経済的特性の違いにより3つの金融取引特性に要約され、其々に異なった関係性構築作業の必要性が認められた。「市場取引志向」の金融取引を望む顧客セグメントは目的志向性が強く、インバウンドによる取引関係を好む傾向が判明した。「対人相談志向」の金融取引特性は顧客のイベント発生時における利用ニーズの高さに特徴があり、将来のイベント発生を予測した効果的アウトバウンドが有効戦略であると判明した。ただし、DMとの比較において電話によるアウトバウンドの有効性は否定された。市場取引・対人相談志向との関係性強化策がオンライン・バンキング成功の鍵である。